

证券代码：002003

证券简称：伟星股份

浙江伟星实业发展股份有限公司

投资者关系活动记录表(二)

编号：2021-026

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☐ 分析师会议 ☐ 业绩说明会 ☐ 路演活动 ☐ 其他：电话会议
参与单位名称及人员姓名	海通证券股份有限公司：梁 希、盛 开 中泰证券(上海)资产管理有限公司：张 蕾 嘉实基金管理有限公司：沈玉梁 海通国际(上海)股权投资基金管理有限公司：周梦轩 信达澳银基金管理有限公司：马绮雯
时 间	2021 年 9 月 8 日
地 点	杭州伟星大厦
上市公司接待人员姓名	谢瑾琨、黄志强
投资者关系活动主要内容介绍	一、基本面介绍 公司成立于 1988 年，主营钮扣、拉链和金属制品等中高档服饰辅料产品，属于消费品的分支行业。 追溯历史，最早可以追溯到 1976 年，彼时公司控股股东伟星集团有限公司已开始涉足钮扣业务。后伴随着改革开放，我国以劳动力廉价的优势参与国际分工，纺织服装行业实现了快速发展，公司在此浪潮中迅速成长。在发展过程中，伟星股份特别重视两个方面的工作：1、坚持市场为先锋。注重营销网络的布局及服务，满足下游服装企业客户在服饰辅料方面的综合、个性化的需求；2、注重研发创新。服饰具有时尚性的属性，因而辅料产品的设计要贴合服饰设计和流行趋势的变化。2004 年在深交所中小板上市，通过募集资金的投入，使得公司在规模、技术等综合竞争实力方面得到了快速提升；加之中小板“开闸”，下游不少纺织服装公司进入资本市场，持续投入推动整个行业景气度高企，公司得到了较好发展。 2010 年以后，随着民众生活水平的不断提高，劳动用工成本大幅提升，我国的国际比较优势弱化，纺织服装行业出现了产业迁徙等现象，中国纺织服装行业竞争愈加激烈。在此背景下，过去五年公司积极进行全方位转型升级，重点布局如下方面工作：

1、推进全球化战略布局，主要体现在国际化生产基地的布局、国际化品牌的培育、国际营销网络的拓展、国际化员工队伍的组建及扩大和国际化经营理念的形成及发展。

2、大力推进智能制造，不断提升现场生产效率和制造水平。服饰辅料产品，是典型的非标产品，品类繁多，个性化明显，订单也呈现出“多品类、多批次、小批量”的特点。公司较早认识到劳动力用工成本持续高企的趋势以及自动化生产对提升产品品质和竞争力的重要性；这些年，通过持续不断投入，取得了不错的成效。

3、持续提升公司制造水平、技术水平和产品品质。公司致力于成为“全球知名服饰辅料专业供应商”，要实现这个愿景，公司必须对现有客户结构进行优化升级，向全球一二三四线品牌客户进行全方面拓展。因此，公司必须不断提升生产制造水平，让公司的产品、技术、品质等能响应一二线品牌和奢侈品牌的要求。

二、互动环节

1、请问智能制造系统对公司在应对快反订单方面有什么效果？

答：因服饰企业经营模式的变化，品牌客户对于辅料订单的交期要求越来越高，这在辅料企业的表现即为快反订单的增加。而智能制造战略的实施，特别是借助信息化管理工具，极大便利了“客户-工厂”之间的信息流传递以及工厂在生产过程中对订单的快速响应能力等。这也是近年来公司柔性制造体系在业内越来越被客户所认可的重要因素。

2、您如何看待智能制造对公司核心竞争力的影响？

答：智能制造对公司的影响是全方位的，如人均生产效率及品质稳定性提升、用工人数的降低、材料利用率改善、快速反应体系建立等等。另外，智能制造战略成果的逐渐体现，也极大增强了经营层的信心和对未来的看好，这点也是非常重要的。

3、请问公司智能制造战略目前到哪个阶段？

答：目前应该是途径走通、局部应用，尚待推广，未来仍有较大的提升空间。

4、请问公司近几年在新客户的开发情况如何？

答：公司一直非常重视新客户的开发，每年都会新增不少品牌客户。但提醒大家注意，常规情况下，前期与新客户的合作份额会偏低；随着双方合作的深入，

	公司的综合竞争力逐步得到了客户的认可，订单的数量也会随之增加。整个过程是需要一定的时间来实现的。 5、请问公司未来产能布局会偏海外布局而减少国内投资吗？ 答：公司的愿景是成为“全球知名服饰辅料专业供应商”；围绕这个愿景目标，公司会根据纺织服装市场的变化在全球范围内合理规划产能布局。 6、公司的销售费用率一直比较高，请问未来的趋势如何？ 答：公司的销售模式特点决定了销售费用占比高于一般工业企业；但随着大客户战略的推进，公司在客户中份额的不断提升，销售费用率会有所下降。此外，公司销售团队还具有服务属性，这对提升客户的满意度和粘合度具有重要意义。 7、对于销售队伍的考核，公司比较关注哪些方面？ 答：对于销售队伍的考核，分为定量考核和定性考核两方面。定量指标，主要为销售额、利润、现金流等指标，其中公司对经营质量比较关注；而定性方面，公司会关注下属销售机构的规范运作、梯队建设等内容。 8、为什么公司前五大客户占比较小？ 答：公司对外披露的前五大客户是按照财务开票口径统计的，并未穿透到品牌客户；如果按公司实际的前五大服装品牌客户进行统计，其占比并不低。 9、公司销售模式是怎么样的？ 答：目前，公司产品仍以直营销售为主，主要通过投资设立的销售分/子公司、办事处等分支机构以及综合性的贸易公司销售给全球的品牌服饰企业和服饰加工厂。 10、请问公司如何看待价格战？ 答：只要是商品交易，都会面临价格竞争。我们认为合理的价格竞争都是正常的。不过，服饰辅料行业之间的竞争并不只针对价格方面，还包括对产品品质、款式、快速反应等多方面的综合竞争。
附件清单	无
日 期	2021 年 9 月 8 日